

La sociología como profesión

Sociology as a Profession

JOSÉ ANTONIO GÓMEZ YÁÑEZ

FES

JAGY@telefonica.net

¿QUÉ ES LA SOCIOLOGÍA?

Permítanme responder a tan enorme interrogante retomando ampliamente un largo párrafo del maravilloso discurso de Zigmunt Bauman en la entrega de los Premios Príncipe de Asturias de 2010. En él expone con mayor profundidad y belleza de lo que mis palabras puedan hacerlo lo que es el quehacer de la sociología y de los sociólogos, y lo hace con palabras que aluden directamente a España:

... España, la tierra de Miguel de Cervantes Saavedra, autor de la novela más grande jamás escrita, pero también, a través de esa novela, padre fundador de las humanidades. Cervantes fue el primero en conseguir lo que todos los que trabajamos en las humanidades intentamos con desigual acierto y dentro de nuestras limitadas posibilidades. Tal como lo expresó otro novelista, Milan Kundera, Cervantes envió a Don Quijote a hacer pedazos los velos hechos con remiendos de mitos, máscaras, estereotipos, prejuicios e interpretaciones previas; velos que ocultan el mundo que habitamos y que intentamos comprender. Pero estamos destinados a luchar en vano mientras el velo no se alce o se desgarre. Don Quijote no fue conquistador, fue conquistado. Pero en su derrota, tal como nos enseñó Cervantes, demostró que «la única cosa que nos queda frente a esa ineludible derrota que se llama vida es intentar comprenderla». Eso fue el gran descubrimiento sin parangón de Miguel de Cervantes; una vez hecho, jamás se puede olvidar. Todos los que trabajamos en las humanidades seguimos el camino abierto por ese descubrimiento. Estamos aquí gracias a Cervantes.

Hacer pedazos el velo, comprender la vida... ¿Qué significa esto? Nosotros, humanos, preferiríamos habitar un mundo ordenado, limpio y transparente donde el bien y el mal, la belleza y la fealdad, la verdad y la mentira estén nítidamente separados entre sí y donde jamás se entremezclen, para poder estar seguros de cómo son las cosas, hacia dónde ir y cómo proceder. Soñamos con un mundo donde las valoraciones puedan hacerse y las decisiones puedan tomarse *sin la ardua tarea de intentar comprender*. De este sueño nuestro nacen las ideologías, esos densos velos que hacen que miremos sin

llegar a ver... fue el camino de salida que nos aleja de esa servidumbre el que Cervantes abrió para que pudiésemos seguirlo, presentando el mundo en toda su desnuda, incómoda, pero liberadora realidad: la realidad de una *multitud de significados* y una irremediable *escasez de verdades absolutas*. Es en dicho mundo, en un mundo donde la única certeza es la certeza de la incertidumbre, en el que estamos destinados a intentar, una y otra vez y siempre de forma inconclusa, comprendernos a nosotros mismos y comprender a los demás, destinados a comunicar y de ese modo, a vivir el uno con y para el otro.

Esa es la tarea en la cual las humanidades intentan ayudar a nuestros conciudadanos; al menos, es lo que deberían estar intentando, si desean permanecer fieles al legado de Miguel de Cervantes Saavedra. Y por eso estoy tan inmensamente agradecido...

Y LA SOCIOLOGÍA, ¿PUEDE SER UNA PROFESIÓN?

Comprendernos a nosotros mismos y comprender a los demás, ese es el quehacer de la profesión de sociólogo. Hay una discusión no despejada en nuestra profesión. ¿Se trata de un conjunto de saberes recluidos en la universidad y en algunos centros de estudio, o se trata de un conjunto de saberes aplicables a la vida productiva, es decir, saberes que pueden aportar valor a la toma de decisiones en una economía competitiva?, ¿qué aportaría este conjunto de saberes que sea valioso desde un punto de vista del ejercicio de una profesión?

En el curso de este debate, Emilio Lamo de Espinosa afirmaba, más o menos textualmente, «La sociología no es una profesión. La sociología no ha logrado encontrar su espacio como profesión». Bueno, tampoco el derecho, que es una disciplina académica que se despliega en múltiples profesiones, como bien sabemos en España, país o sociedad dominados por una irrefrenable pasión jurídica y legislativa: notario, procurador, juez o fiscal, funcionarios de muy diverso tipo, abogados de múltiples especialidades: mercantil, civil, penal, empresa, propiedad intelectual..., o la ingeniería.

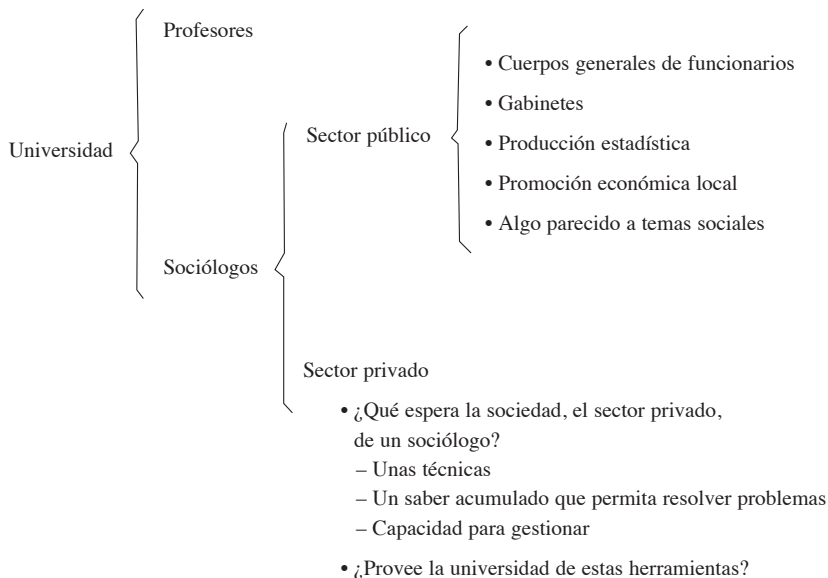
Una profesión implica una especialización en un conjunto de saberes conectados entre sí, en una articulación entre la universidad donde se enseñan estos saberes y se avanza en ellos desde una perspectiva teórica y el ejercicio profesional, desde el que se aplican estos saberes y se avanza en ellos en el duro contraste con la realidad. Esta matriz de saberes y esta articulación entre universidad y ejercicio profesional es lo que constituye una profesión.

El segundo componente de una profesión es su propia demanda: ¿es demandado este saber por la sociedad, más allá de la universidad?, ¿cubre necesidades no cubiertas por otras profesiones o las resuelve mejor?, ¿ayuda a resolver problemas concretos y reales a las personas o a las empresas?

Un tercer componente, que afecta esencialmente a nuestra profesión, ¿ayuda la producción académica a la configuración de una profesión relevante: qué ocurre en el mundo...?

Sintetizando mucho. Un amigo mío afirma que la universidad española se orienta a producir profesores de sociología y que los sociólogos son algo así como un producto residual. Dejemos esta provocativa afirmación para el debate. Lo cierto es que los licenciados en Sociología se despliegan una amplia gama de ocupaciones, más o menos recogida en el cuadro:

CUADRO 1
LA PRODUCCIÓN DE SOCIÓLOGOS



¿QUÉ ES LA SOCIOLOGÍA APLICADA EN EL SECTOR PRIVADO? ¿LA SOCIOLOGÍA PUEDE DESPEJAR ALGUNA INTERROGANTE TANGIBLE, PUEDE RESOLVER ALGÚN PROBLEMA?, ¿NOS PUEDEN PAGAR POR ELLO EN EL SECTOR PRIVADO?

Lo que preocupa en esta breve nota es «el sector privado». ¿Qué es un profesional en el sector privado?: alguien que elabora un informe escrito (o en Power) para solucionar un problema a un cliente, hace una aportación intelectual desde una vertiente del saber y... le pagan (fundamental) como honorarios o como salario en una empresa. ¿Qué problemas soluciona o puede solucionar un sociólogo? Planteemos la pregunta de otra manera más empírica, ¿dónde hay sociólogos en el sector privado?, es decir, en la práctica, ¿dónde ejercen su profesión?:

- En la investigación comercial (el 25 por ciento de los empleados en empresas de investigación o profesionales dedicados a la misma son sociólogos).
- En las direcciones de *marketing* y comunicación de las empresas.
- En agencias de medios (planificación de medios o compra de medios), de comunicación, publicidad...
- En consultoras: KPMG, PwC... pobladas de ingenieros y economistas, pero con una aportación de sociólogos.
- En urbanismo, turismo, análisis de servicios sociales, planificación sanitaria, etc., ocupaciones en el borde del sector público, a través de consultoras.
- Analistas: digerir gran cantidad de información y hacerla comprensible.

Es verdad que estas ocupaciones no son sectores privativos de la sociología, están poblados también por psicólogos, economistas, estadísticos..., químicos, ingenieros..., ¿licenciados en investigación de mercados? La sociología no ha logrado «colonizarlo».

Pero lo cierto, es que son sectores que demandan comprender los comportamientos sociales. Por tanto, son sectores en lo que lógicamente la sociología existe como profesión, o puede existir como tal.

¿Qué temas deben manejar los sociólogos en estas profesiones? Pues lo relacionado con los *comportamientos sociales*: patrones de consumo, audiencia de medios, análisis de la publicidad, imagen y valor de marca, comunicación, *marketing*, la relación entre la población y el territorio, etc.

Y aquí una pregunta para «la universidad»: ¿cómo es posible que desde la universidad apenas se estudie la sociología de...?:

- Marcas.
- Imagen.
- Publicidad.
- Comunicación.
- *Marketing*.
- Consumo: la sociología acumula gran cantidad de información. Enorme. Las empresas miden todos los días lo que pasa, el comportamiento ante los medios de comunicación cada tres meses (EGM), todos los días (Kantar) o lo que compran (paneles Nielsen)..., ¿saben nuestros alumnos cómo explotarlos?, siquiera, ¿cómo localizarlos?

Vaya por delante una conclusión: espacio para construir una profesión existe, la sociedad —empresas, individuos que tienen que resolver problemas, gobiernos, etc.— demandan un tipo de saber y un acercamiento a los problemas a partir del conocimiento de la sociedad y su «funcionamiento».

¿Y ESO A LA UNIVERSIDAD, EN QUÉ LE AFECTA?, ¿QUÉ RELACIÓN HAY ENTRE UNA PROFESIÓN FUERTE Y UNA DISCIPLINA ACADÉMICA SÓLIDA EN LA UNIVERSIDAD?

¿Forma la universidad a los sociólogos para que puedan ejercer como sociólogos? Al hablar de ejercer como sociólogos no estoy hablando solo de salidas profesionales individuales. Hablo de la existencia de un campo de conocimientos en el que debe articularse una relación profesión-universidad que mejore los conocimientos de los dos lados del binomio. Visto desde el ejercicio profesional, el avance en las técnicas de investigación de mercado o de audiencia de medios, etc., está distante a lo que se enseña en la universidad. Y esto es grave, la debilidad en el ámbito profesional genera también debilidad en el ámbito académico.

¿Qué debe dar la universidad a los profesionales/alumnos?:

- Inglés (y un manejo excelente de Power Point).
- Técnicas.
 - Estadísticas: econometría, matemáticas. Y saber usarlas.
 - Neurociencia: *eyetracker*, etc. Las empresas están avanzando por aquí. Los comportamientos no conscientes. Aquí hay un riesgo para la sociología: la progresiva psicologización de la investigación social.
 - Modelos de análisis de la publicidad, marcas, lealtad de los consumidores. La universidad tendría que poner en contacto a los alumnos con las herramientas de la investigación comercial y de la consultoría.
 - El avance del sector privado en este terreno no ha sido integrado por la universidad.
 - La modelización matemática es clave para la configuración de la sociología como profesión. Sin matemáticas no hay ciencia, ni profesión.
- Técnicas específicas de la profesión:
 - Encuestas.
 - Otras formas de recoger información. El impacto de Internet.
 - Explotar la información.
- Cualitativas (RG)
 - RG / *on line*, *workshops*...
- Planificar sus proyectos: presupuestar, programar, gestión de recursos.
- *Saber acumulado*.
 - *Una forma de ver el mundo, de interpretar la realidad.*
 - Ver el mundo desde *una perspectiva que sea productiva*: ver lo que otros no ven, ordenar las cosas de forma que produzcan conocimiento. Resolver problemas a los clientes.
 - Convertir ese punto de vista en planes de acción.
 - No es un saber cosificado. Necesidad de actualización constante. Que no es revisar las citas.
 - Analizar lo que pasa todos los días: analizar, sistematizar, ayudar a tomar decisiones...
 - Técnicas de análisis: un fondo de análisis/una técnica para actualizar. No nos piden opiniones. Tenemos que ser operativos: clientes que necesitan saber qué tienen que hacer.
 - Especialización. Sobre los temas que son rentables económicamente, pero también sobre los que constituyen el fundamento ético de nuestra profesión.
- Una corporación universitaria fuerte, que defienda su territorio: por ejemplo, que en España haya surgido el grado de Investigación de Mercados, significa que no estábamos cubriendo bien ese territorio, y es una derrota en toda regla.
- Una producción bibliográfica actualizada: necesitamos análisis sobre cómo va el mundo, qué está pasando. Una comunidad académica que se dedique a temas que no son relevantes para la sociedad no aporta nada sustancial a la profesión.

La economía explica qué está pasando, la sociología aparentemente no. Pero tenemos instrumentos analíticos para saber qué ocurre: la caída de la demanda interna, su transformación, los productos que se van a comprar, el amedrentamiento de nuestras sociedades (2), la crisis de las clases medias, lo podíamos predecir nosotros. ¿Por qué la sociología no centra el debate sobre la crisis?, ¿de verdad piensa alguien que si los sociólogos que trabajan en empresas no conocieran estos cambios según se van produciendo, y los van pronosticando, conservarían su empleo?

Hay un espacio profesional. Lo que no tengo claro es si desde la universidad se divisa, se define bien, y provee de las herramientas para que exista. Y a la inversa, como lógica consecuencia, la producción metodológica y de conocimientos que produce la sociología profesional no entra en la sociología académica.

Una profesión fuerte, como las que se basan en el derecho, o la ingeniería, a pesar de la primera afirmación de que no son realmente profesiones, sino troncos de profesiones, implica una sólida articulación entre la doctrina (universidad) y la práctica profesional (empresa privada y sector público).

CONCLUSIONES

1. Necesitamos una actualización de los planes de estudio, la sociología de la realidad actual: marcas como fenómeno social, de la imagen de los líderes, *marketing*, comunicación. Fundamentos sociológicos y herramientas para hacer operativos los conocimientos. También un sólido conocimiento de la economía (teoría y estructura).
2. *Mejora decisiva en los fundamentos estadísticos y en el conocimiento de las metodologías actuales*: planificación de medios, análisis y valoración de marcas, planes de comunicación y *marketing*, eficacia e la publicidad..., ¿cómo es posible que el *marketing* no se estudie sólidamente en sociología? También en el diseño de proyectos de investigación. Esto situaría a los recién licenciados en buena posición en el mercado de trabajo.
3. Necesitamos una *ósmosis entre la universidad y el mundo profesional*. *Semejante al derecho*: la doctrina alimenta a la práctica y la práctica a la doctrina. Fundamental crear instrumentos que integren las Asociaciones Académicas, los colegios profesionales y las asociaciones profesionales (en España AEDEMO, Asociación Española de Marketing...). Analía Nunes de Almeida: «necesitamos una profesión fuerte», esto es, necesitamos la articulación universidad-profesión (profesionales).
4. Las publicaciones académicas tienen que ser útiles para dar un fondo teórico al quehacer sociológico, a la «práctica sociológica». De lo contrario no vale de nada socialmente útil. Propongo un indicador: ver los índices de REIS en los tres últimos años y señalar cuántos artículos valen para la vida diaria y para el quehacer profesional, este sería un indicador de la actividad académica y su utilidad.

El *riesgo* es que en pocos años la sociología acabe convertida en una mancia, y los sociólogos en las TDT locales de *teloneros de los astrólogos de medianoche*.